

opti 2015: ZEISS denkt das Gleitsichtglas neu

Auf der opti 2015 stellt ZEISS vor allem das neue Gleitsichtglas-Portfolio in den Fokus

Aalen, 05. Dezember 2014

In den letzten Jahren wurde das ZEISS Gleitsichtglas-Portfolio stetig erweitert und den sich verändernden Kundenwünschen und Marktanforderungen angepasst. Nun hat ZEISS dieses Portfolio neu definiert und grundlegend überarbeitet – mit dem Ziel, Kunden und den Konsumenten eine bessere Orientierung und eine einfache Struktur für die Beratung und Auswahl bei der Fülle an Gleitsichtglas-Angeboten im Markt und verschiedenen Technologien und Optionen zu bieten.

Ausgangspunkt für die Neudefinition dieses Portfolios sind vier Trends, die weltweit die Brillenglasentwicklung bestimmen werden. Brillenglasdesigns müssen in Zukunft der Tatsache Rechnung tragen, dass die Digitalisierung des Alltags für das menschliche Auge neue Stressfaktoren mit sich bringt und Brillen hier Entlastung und Komfort bieten müssen. Modetrends verändern sich schneller und werden immer wichtiger. Moderne Präzisions-Brillengläser müssen perfekt für jede Fassung, jede Größe, jede Form anpassbar sein. Was sich nicht ändern soll, sind die gelernten Sehzonen des Gleitsichtglases. Konsumenten beziehungsweise ihre Augen wollen nicht "umlernen", wenn sie die Fassung wechseln. Die Technologie hat sich dem Menschen, seiner Anatomie anzupassen – bei der Brillenauswahl gilt dies auch für die Besonderheiten, die jedes Gesicht hat. Und der Trend, Produkte individueller zu gestalten und auf den persönlichen Lebensstil abzustimmen, wird auch die Zukunft des Brillenglases bestimmen.

Alles in einem zielt das neue ZEISS Gleitsichtglas-Portfolio darauf ab, dem Augenoptik-Partner Beratung und Verkauf wesentlich zu vereinfachen und dem Konsumenten eine klare, übersichtliche Entscheidungshilfe für die richtige Wahl seines Gleitsichtglases zu geben. Damit geht ZEISS einen entscheidenden Schritt in Sachen Verbraucherinformation. Die bewusste Entscheidung für ein hochwertiges, individualisiertes Markenglas wird deutlich einfacher, wenn Nutzen und Vorteile der unterschiedlichen Gleitsichtglas-Designs auch für Konsumenten verständlich dargestellt werden.

2015 wird ZEISS zudem neue Brillenglasveredelungen und -beschichtungen auf den Markt bringen, die erstmalig auf der opti 15 vorgestellt werden.

10 Jahre Erfolg – 10 Jahre Relaxed Vision® Center

Als zweites wichtiges Messethema feiert Vision Care 10 Jahre ZEISS Relaxed Vision®. 2005 gingen die ersten Relaxed Vision® Center an den Start, inzwischen sind es deutlich über 1.000. Zum Jubiläum hat sich ZEISS besondere Marketingaktionen einfallen lassen, darunter einen eigenen Online-Auftritt.

Der professionelle Brillenverkauf im Fachgeschäft der Zukunft

Wie lässt sich der Brillenverkauf im Fachgeschäft zukünftig optimieren? Wie kann die Beratungsqualität gesteigert, der für Augenoptiker wie Konsumenten größtmögliche Nutzen aus der Digitalisierung gezogen werden? Einerseits werden zahlreiche Untersuchungen und Messungen durchgeführt und dokumentiert, andererseits soll der Kunde im Mittelpunkt der Beratung stehen und nicht das Handling von Daten.

ZEISS erweitert die Beratungs- und Service-Angebote für Augenoptik-Partner aus, die per iPad nutzbar sind. Die Vorteile liegen auf der Hand: Der Augenoptiker steuert Vermessung, Beratung und Empfehlung des Brillenglases aus einer Hand. Zudem kann er dies Seite an Seite mit den Konsumenten tun, ohne hinter einem Gerät „zu verschwinden“. Die Beratung wird so für den Verbraucher persönlicher, direkter und informativer.

Pressekontakt

Miriam Kapsegger

Telefon: + 49 (0) 7361 591-1261

[✉ miriam.kapsegger@zeiss.com](mailto:miriam.kapsegger@zeiss.com)



Über ZEISS

ZEISS ist ein weltweit tätiger Technologiekonzern der optischen und optoelektronischen Industrie. Die ZEISS Gruppe entwickelt, produziert und vertreibt Messtechnik, Mikroskope, Medizintechnik, Brillengläser sowie Foto- und Filmobjektive, Ferngläser und Halbleiterfertigungs-Equipment. Mit seinen Lösungen bringt der Konzern die Welt der Optik weiter voran und gestaltet den technologischen Fortschritt mit.

ZEISS ist in die vier Sparten Industrial Quality & Research, Medical Technology, Consumer Markets und Semiconductor Manufacturing Technology gegliedert. Die ZEISS Gruppe ist in über 40 Ländern vertreten und hat weltweit mehr als 50 Vertriebs- und Servicestandorte, über 30 Produktionsstandorte sowie rund 25 Forschungs- und Entwicklungsstandorte.

[+ Mehr Informationen über ZEISS](#)

05.12.2014 | von ZEISS Vision Care



Weitere Artikel



Gleitsichtgläser

Warum die richtige Auswahl Brillenträger zu zufriedenen Menschen macht

Hintergrundartikel

07.08.2017



ZEISS denkt das Gleitsichtglas neu

Mit dem neuen Gleitsichtglasprogramm bietet ZEISS ein konsistentes Portfolio

Pressemitteilung

09.01.2015



ZEISS Gleitsichtgläser

Die wichtigsten Fakten zu ZEISS Gleitsichtgläsern

Fact Sheet

19.03.2019

